

**Programa de Asignatura
PORTAFOLIO CREATIVO**

A. Antecedentes Generales

1. Unidad Académica	FACULTAD DE COMUNICACIONES					
2. Carrera	PUBLICIDAD					
3. Código del ramo	PBP422					
4. Ubicación en la malla	IV año, VIII semestre					
5. Créditos	8					
6. Tipo de asignatura	Obligatorio	X	Electivo		Optativo	
7. Duración	Bimestral		Semestral	X	Anual	
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	2	Clases Prácticas	--	Ayudantía	--
9. Horas académicas	Clases	68	Ayudantía		--	
10. Pre-requisito	Ideación, prototipado y evaluación					

B. Aporte al Perfil de Egreso

Portafolio Creativo pretende que el estudiante logre la aplicación integrada de todo conocimiento teórico, habilidades de comunicación y destrezas técnicas desarrolladas y asimiladas previamente, en función del diseño de un portafolio individual, compuesto por experiencias de comunicación de alto nivel, que vinculen significativamente a las marcas con las personas.

Este curso busca lograr una colección de ejecuciones magistrales, en cuanto a técnica e impacto, que, por una parte, genere repercusión y “boca a boca” a nivel de audiencias y, por otra, sea un convincente y revelador anticipo de la capacidad, talento y claridad de la línea editorial sobre el producto creativo que puede alcanzar el alumno, en su futuro desempeño profesional.

La asignatura está ubicada en el ciclo de Licenciatura del plan de estudios de la carrera de Publicidad y pertenece a la línea de Creatividad. Además, promueve el desarrollo de las siguientes Competencias Genéricas UDD Futuro: Emprendimiento y Liderazgo, Ética y Autonomía y de las Competencias Específicas: Creatividad y Elaboración e implementación de soluciones estratégicas e ideas innovadoras.

C. Competencias y Resultados de Aprendizaje generales que desarrolla la asignatura

Competencias Genéricas	Resultados de Aprendizaje Generales
Emprendimiento y Liderazgo	<p>Incorpora habilidades de creatividad individual y grupal para empoderar la capacidad de respuesta profesional en la realización de los trabajos solicitados, buscando la consolidación de una mirada o línea editorial clara, con respecto al producto creativo.</p> <p>Utiliza diversas disciplinas artísticas y sus habilidades de comunicación para la generación de contenidos y ejecuciones basados en conceptos de comunicación y creativos sustentables.</p> <p>Diseña propuestas de manera que resulten relevantes para los destinatarios, memorables por su originalidad, y distintivos en el marco comunicacional competitivo.</p>
Ética	
Autonomía	
Competencias Específicas	
Creatividad Elaboración e implementación de soluciones estratégicas e ideas innovadoras	

D. Unidades de Contenidos y Resultados de Aprendizaje

Unidades de Contenidos	Competencia	Resultados de Aprendizaje
UNIDAD I: Identidad creativa 1. Modelos y visiones de la creatividad. 2. Conceptualización creativa. 3. Estilos creativos y referentes. 4. Perfil creativo individual.	<i>Creatividad</i> <i>Autonomía</i> <i>Emprendimiento y Liderazgo</i>	Desarrolla características diferenciadoras e individuales con el objetivo de definir un estilo creativo propio que se logre evidenciar en la creación de una marca personal. Genera contenidos creativos a través del pensamiento divergente.
UNIDAD II: Personal Branding 1. Marca propia. 2. Códigos visuales e identidad visual. 3. Tono y estilo. 4. Manual de marca.	<i>Elaboración e implementación de soluciones estratégicas e ideas innovadoras</i> <i>Creatividad</i> <i>Autonomía</i> <i>Emprendimiento y Liderazgo</i>	Elabora una marca personal coherente al estilo propio a través de la expresión verbal y no verbal para el desarrollo de acciones innovadoras y creativas. Genera soluciones innovadoras, utilizando la creatividad en propuestas de emprendimiento.
UNIDAD III: Desarrollo de portafolio creativo. 1. Programa Behance.	<i>Emprendimiento y liderazgo</i> <i>Creatividad</i>	Aplica los procedimientos y herramientas de la creatividad para la concretización de un portafolio creativo.

2. LinkedIn. 3. El mundo freelance. 4. Metodologías de desarrollo.	<i>Ética</i> <i>Autonomía</i> <i>Elaboración e implementación de soluciones estratégicas e ideas innovadoras</i>	
--	--	--

E. Estrategias de Enseñanza

La metodología de enseñanza incluirá el desarrollo de trabajos prácticos de entrenamiento individual y en equipo, propiciándose el análisis reflexivo del estudiante, en orden a fijar estándares y criterio para la venta y presentación experiencias de marca en general.

El curso se estructura en base a sesiones teóricas con participación y discusión de los temas tratados. Actividades de análisis y crítica de casos (reales y supuestos).

F. Estrategias de Evaluación

La asignatura comprende diferentes momentos de evaluación, por tanto, incluye ejercicios individuales y grupales, así como certámenes para determinar el logro de ciertos aprendizajes al término de una unidad o un cuerpo determinado de contenidos.

El trabajo individual debe estar presente a lo largo de todo el semestre, buscando constatar el nivel de integración de la información por parte de los alumnos. Asimismo, evaluará la capacidad de presentar los trabajos de forma profesional y creativa usando el lenguaje técnico acorde a la asignatura.

En síntesis, las evaluaciones consideran dos certámenes, trabajos grupales, controles de lectura y un examen final.

Requisito de asistencia: *este curso tiene como requisito que el estudiante tenga un 80% de asistencia a las clases.*

G. Recursos de Aprendizaje

Bibliografía obligatoria:

- 2017, Kleon A., Roba como un artista, Editorial Gustavo Gili.
- 2014, Mejide R., Urbrands, Grupo Planeta.
- 2011, Klein N., No logo, Booket.

Bibliografía complementaria:

- 2012, Robinson K & Aronica L, El Elemento, Conecta.